# Analiza competitivităţii industriei turistice din România în contextul globalizării economice

*Lect. univ. dr. Răzvan Cătălin DOBREA*
*Andreea Nicoleta ŞTEFĂNESCU*

**Abstract**

*The competitivity growth constitutes, at the organizations level, one of the major preoccupations for the present context of the social-economic changes. The effects of the globalisation process have been also noticed at tourism industry level, fact which had generated a series of changes both in production area and even more in the tourism services consume area. The analysis of the competitivity of this sector has moved from the sphere of some individual criterions, orientated on economic aspects, to the sphere of complex assessments with deep implications for all the involved factors. The present working presents a series of aspects regarding the tourism industry competitivity from Romania, from the perspective of some assessments and classifications realized by the organizations in the domain at the world plan.*

## Introducere

Turismul reprezintă unul dintre cele mai importante sectoare ale economiei mondiale, dată fiind contribuţia sa, ca principal generator de locuri de muncă şi cale de dezvoltare sustenabilă pentru ţările emergente. Potrivit Organizaţiei Mondiale a Turismului, în anul 2006, industria turismului a realizat 10,6% din PIB-ul mondial şi a asigurat 230 milioane de locuri de muncă. Turismul antrenează în dezvoltarea sa, o serie de servicii conexe precum sistemele de transport, tehnologiile informaţionale şi de comunicare, alternativele de recreere şi relaxare.

Societatea contemporană luptă pentru bunăstarea şi securitatea omenirii prin implementarea şi derularea unor multiple politici economice

viabile şi durabile. Fenomenul de globalizare, existent aproape la nivelul tuturor sistemelor economice şi-a făcut resimţită influenţa şi asupra turismului, din perspectivă complexă: geopolitică, economică sau culturală. Globalizarea presupune existenţa unei cooperări permanente între economiile naţionale şi aderarea acestora la un sistem economic mondial. Însuşi conceptul de „economie naţională" şi-a modificat semnificaţia, instituţia economică de bază la nivel mondial a devenit corporaţia transnaţională care îşi amplasează filiale şi îşi comercializează produsele fără a se mai lua în calcul existenţa graniţelor statale.

În sectorul turismului, fenomenul de globalizare a provocat numeroase schimbări precum: organizarea logisticii necesare transportului pe structuri regionale sau chiar mondiale, definirea unor reguli internaţionale de conduită, dezvoltarea şi specializarea diferitelor forme de turism, transformarea unor zone în destinaţie turistică numai după penetrarea unor structuri globale profesionale din turism în acea regiune.

În contextul globalizării, prosperitatea naţiunilor este măsurată prin nivelul competitivităţii pe pieţele internaţionale. Aşadar, problema competitivităţii a devenit un subiect de maxim interes pentru fiecare actor al economiei mondiale şi pentru fiecare sector economic.

## Analiza competitivităţii industriei turismului şi călătoriilor

*Industria turismului şi călătoriilor* reprezintă un sector cu identitate proprie aflat într-o evoluţie dinamică. La nivelul unei ţări, evoluţia ascendentă a acestui sector contribuie la creşterea gradului de angajare, creşterea venitului naţional şi poate îmbunătăţi balanţa plăţilor.

Activitatea din domeniul turistic este măsurată prin diferiţi indicatori, iar economiile naţionale sunt clasificate în funcţie de aceştia în cadrul unor clasamente internaţionale. Totodată, industria turismului şi călătoriilor este caracterizată de o serie de aspecte specifice, din care am selectat pe cele considerate relevante.

Costurile de producţie aparţin, în cea mai mare parte, altor ramuri ce furnizează *inputurile* materiale ale industriei turismului şi călătoriilor. În structura costurilor ponderea cea mai mare o deţine forţa de muncă. În acelaşi timp, prin dependenţa industriei turistice de celelalte ramuri din economie, aceasta utilizează în mod indirect forţa de muncă din ramurile care îi furnizează bunuri şi servicii. *Oferta turismului şi călătoriilor este egală sau mai mare decât producţia* şi cuprinde totalitatea capacităţilor de producţie (capacitatea mijloacelor de transport, a hotelurilor, muzeelor etc.), potenţialul natural şi cultural, poziţia geografică, calitatea resurselor demografice, evenimentele şi, în general, tot ce poate reprezenta sursă de atracţie turistică.

Analiza competitivităţii în turism se bazează pe o serie de opt indici, precum: indicele competitivităţii preţului, indicele Human Tourism, indicele infrastructurii, indicele mediului, indicele tehnologiei, indicele resurselor umane, indicele deschiderii, indicele social, a căror valoare pe o scală de la 0 la 100 arată performanţa fiecărei ţări comparativ cu alte ţări. Valoarea 0 reprezintă cea mai mică valoare a indicelui, iar valoarea 100 cea mai mare. Sursele de date pentru aceşti indicatori sunt reprezentate în mare parte de indicatorii de dezvoltare elaboraţi de Banca Mondială, dar şi de rapoarte ale ONU şi WTTC (World Travel and Tourism Council).

În cazul analizei competitivităţii în turism a României au fost luate în considerare ca ţări de referinţă pentru comparaţie opt ţări apropiate din punct de vedere teritorial. Aceste ţări, concurente în turism, sunt: Bulgaria, Croaţia, Serbia şi Muntenegru, Ungaria, Republica Cehă, Slovacia, Polonia şi Ucraina.

Analiza globală a competitivităţii în turism presupune compararea din punctul de vedere al valorilor celor opt indici a tuturor ţărilor supuse analizei. Indicele mediu de competitivitate se obţine prin efectuarea unei medii simple a valorilor celor opt indici, după ce în prealabil s-a acordat acelaşi grad de importanţă fiecăruia. În tabelul 1 am prezentat evidenţa celor opt indici pentru statele analizate.

**Tabelul 1**

**Evidenţa indicilor de competitivitate pentru cele opt state analizate[1]**

| Ţara | Indicele competitivităţii preţului | Indicele Human Tourism | Indicele infrastructurii | Indicele mediului | Indicele tehnologiei | Indicele resurselor umane | Indicele deschiderii | Indicele social | Indicele mediu de competitivitate |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bulgaria | 58,46 | 80,04 | 64,05 | 67,86 | 69,23 | 71,60 | 76,42 | 60,89 | 68,57 |
| Croaţia | 68,99 | n.a.[2] | n.a. | 69,60 | 87,98 | 68,62 | 55,62 | 57,43 | 68,04 |
| Serbia şi Muntenegru | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | 66,65 | n.a. | 29,59 | n.a. | 48,12 |
| **România** | **66,28** | **24,61** | **42,77** | **71,22** | **58,8** | **63,01** | **72,79** | **71,79** | **58,91** |
| Ungaria | 50,02 | 92,91 | 77,26 | 76,06 | 92,34 | 84,7 | 79,40 | 74,81 | 78,44 |
| Slovacia | 47,05 | 38,09 | 73,28 | 70,77 | 78,72 | 71,60 | 65,73 | 57,47 | 62,84 |
| Cehia | 48,71 | 72,69 | n.a. | 75,24 | 94,15 | 74,68 | 79,25 | 76,59 | 74,47 |
| Polonia | 49,10 | 43,47 | n.a. | 72,03 | 77,40 | 88,30 | 70,82 | 61,10 | 66,03 |
| Ucraina | 68,25 | 73,73 | n.a. | 23,12 | 41,35 | 81,23 | 58,02 | 52,88 | 56,94 |

[1] Valorile au fost obţinute prin calcularea mediei aritmetice a indicilor pentru care există informaţii disponibile.
[2] n.a. – datele nu au fost disponibile

Conform indicelui mediu de competitivitate, în domeniul competitivității în turism, România este depăşită de Ungaria (78,44) şi Cehia (74,47), dar şi de Bulgaria (68,57), Croaţia (68,04), Polonia (66,03) şi Slovacia (62,84). Totuşi, ţara noastră păstrează un avantaj faţă de ţări vecine precum Ucraina, Serbia şi Muntenegru. Menţionăm însă că aceste rezultate sunt influenţate de lipsa unor date, în special în cazul Serbiei şi Muntenegrului şi într-o mai mică măsură în cazul Croaţiei, Ucrainei, Poloniei şi Cehiei.

România este mai competitivă faţă de concurenţii săi în domeniul preţurilor, al mediului, al deschiderii faţă de comerţ şi turism şi domeniul social şi mai puţin competitivă în cel al tehnologiei, al resurselor umane şi al infrastructurii.

Pentru a conchide, competitivitatea României în domeniul turismului faţă de concurenţii săi se prezintă astfel:

- faţă de Bulgaria: în domeniile preţuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006; indicele paritătii puterii de cumpărare; nivelul impozitării în turism), infrastructura (doar la capitolele drumuri şi căi ferate – cu indici superiori Bulgariei), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puţine decât Bulgaria, dar o densitate a populaţiei mai mare), tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), social (la indicele ziarelor şi indicele televizoarelor);
- faţă de Croaţia: în domeniile preţuri (doar la capitolul nivelul impozitării în turism), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puţine decât în Bulgaria, dar o densitate mai mare), deschidere internaţională (la capitolul nivelul impozitării în comerţul internaţional) şi domeniul social (la indicele ziarelor şi indicele televizoarelor). De asemenea, trebuie menţionat că analiza nu este completă datorită lipsei datelor pentru domeniile infrastructură şi turism uman;

- faţă de Serbia şi Muntenegru analiza competitivităţii delimitează doar la două domenii datorită lipsei datelor: domeniul tehnologiei (România are un număr mai mare de utilizatori de internet) şi domeniul deschiderii internaţionale (capitolele vize şi nivelul impozitării în comerţul internaţional);
- faţă de Ungaria: doar în domeniile preţuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 şi nivelul impozitării în turism) şi domeniul social (doar la indicele televizoarelor);
- faţă de Slovacia: doar în domeniile preţuri (la capitolul tarife pe cameră în hoteluri, în 2006), turism uman (doar capitolul implicării oamenilor în turism), mediu, tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaţionale (capitolul vize) şi domeniul social (la indicele ziarelor şi indicele televizoarelor);
- faţă de Cehia: doar în domeniile preţuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 şi nivelul impozitării în turism) şi domeniul social (doar la indicele ziarelor şi indicele televizoarelor);
- faţă de Polonia: doar în domeniile preţuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri, în 2006 şi nivelul impozitării în turism), human tourism (doar capitolul impactului economic al turismului), tehnologie (doar la capitolul exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaţionale (capitolele indicele deschiderii în turism şi indicele deschiderii în comerţ) şi domeniul social (doar la indicele ziarelor şi indicele televizoarelor);
- faţă de Ucraina: în domeniile preţuri (la capitolele tarife pe cameră în hoteluri în 2006, paritatea puterii de cumpărare şi nivelul impozitării în turism), human tourism (doar la capitolul implicării în turism a populaţiei), mediu (emisii de dioxid de carbon mai puţine decât Ucraina, o densitate a populaţiei mai mare), tehnologie (capitolele numărul de utilizatori de internet,

telefonie mobilă, exporturi high-tech), domeniul deschiderii internaţionale (capitolul vize, nivelul impozitării în comerţul internaţional) şi domeniul social (capitolele indicele dezvoltării umane, indicele ziarelor, indicele calculatoarelor şi indicele televizoarelor).

În tabelul 2 am prezentat evoluţia principalilor indicatori turistici la nivelul României pentru perioada 2004 -2007.

**Evoluţia principalilor indicatori turistici în România în perioada 2004-2007**

**Tabelul 2**

| Indicatori | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| Turişti sosiţi în România (mii) – vizitatori la frontieră | 4.938 | 4.794 | 5.595 | 6.600 |
| Plecări ale cetăţenilor români în străinătate (mii) – înregistraţi la frontieră | 6.408 | 5.757 | 6.497 | 6.972 |
| Cifra de afaceri realizată de hoteluri, alte unităţi de cazare şi restaurante incluse în structurile acestor unităţi (mii RON) | 870.000 | 1.163.700 | 1.413.300 | - |
| Cifra de afaceri a agenţiilor de turism şi asistenţă turistică (mii RON) | 655.700 | 707.100 | 701.000 | - |
| Număr unităţi de cazare – total, din care:<br>▪ proprietate privată (%) | 3.266<br>60.3 | 3.338<br>92.0 | 3.569<br>92.0 | 3.900<br>92.0 |
| Locuri în capacităţile de cazare în funcţiune (mii de locuri zi) | 51.882 | 50.752 | 51.632 | 53.989 |
| Indicele mediu de utilizare a capacităţii de cazare în funcţiune (%) | 34.9 | 34.0 | 34.6 | 34.3 |

| Indicatori | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| Turişti cazaţi în unităţile de cazare (mii) din care: | 4.875 | 4.847 | 5.057 | 5.639 |
| ▪ români (mii) | 3.960 | 3.848 | 3.952 | 4.279 |
| ▪ străini (mii) | 915 | 999 | 1.105 | 1.359 |
| Turişti cazaţi în hoteluri (mii) din care: | 3.829 | 3.835 | 3.984 | 4.341 |
| ▪ români (mii) | 3.000 | 2.935 | 2.990 | 3.125 |
| ▪ străini (mii) | 829 | 900 | 994 | 1.216 |
| Populaţia ocupată în hoteluri şi restaurante (mii persoane) | 79 | 95 | 105 | - |

Indicele mediu de utilizare a capacităţii de cazare în funcţiune s-a menţinut relativ constant în ultimii patru ani în jurul valorii de 34,5%, iar la hoteluri de 41,8%. Durata medie de şedere la nivelul întregii ţări a oscilat între 3,5 şi 3,7 zile în perioada 2004-2007 pe ansamblul structurilor de cazare şi între 3,5 şi 3,9 zile în hoteluri.

Structura vizitatorilor străini şi a românilor care călătoresc în străinătate după mijloacelor de transport utilizate indică orientarea acestora în ceea ce priveşte tipurile de infrastructură de circulaţie şi mijloacele de transport folosite. Se remarcă o creştere continuă a ponderii deţinute de turiştii străini care circulă cu ajutorul mijloacelor de transport rutier (maşini personale, autocare, maşini închiriate, motociclete), de la 72,3% în 2004 la 81,8% în anul 2007 şi scăderea celor care circulă pe calea ferată. Principalul punct de intrare în ţară este Vama Borş, care deţine 14% din traficul turiştilor străini care utilizează transportul rutier. Românii care călătoresc în străinătate utilizează în proporţie şi mai mare (aproximativ 86,2% în anul 2007) mijloacele de transport rutier. Rezultă că principala direcţie în care trebuie dirijate investiţiile de infrastructură generală favorabile creşterii calităţii şi a gradului de siguranţă a turistului este infrastructura rutieră.

În acelaşi timp, numărul turiştilor români care călătoresc în străinătate şi utilizează transportul aerian este într-o uşoară creştere (de la 8,4% în anul 2004, la 9,9 % în 2007). În cazul vacanţelor - sejururi mai mari de 4 zile ale cetăţenilor români în ţară, ponderea cea mai mare a mijloacelor de transport utilizate o deţine tot transportul rutier, (64,9%), însă în acelaşi timp transportul feroviar urcă la 34,9% ca urmare a finalizării amplelor lucrări de modernizare atât a parcului de vagoane, cât şi a liniilor de cale ferată. Aceste lucrări au inclus şi liniile de cale ferată principale, de acces spre zonele de mare concentrare turistică şi se impun a fi continuate având în vedere experienţa statelor Uniunii Europene cu turism dezvoltat în ceea ce priveşte reconsiderarea importanţei, locului şi rolului transportului feroviar în dezvoltarea durabilă a turismului.

Forumul Economic Internaţional a introdus indicele competitivităţii turismului şi călătoriilor (ICTC) cu scopul de a măsura factorii şi politicile care fac atractiv sectorul turismului şi călătoriilor în diferite ţări.

ICTC se bazează pe trei categorii de variabile care facilitează sau conduc către competitivitatea industriei turismului şi călătoriilor: **subindicele cadrului general, subindicele mediului de afaceri şi infrastructurii, subindicele resurselor umane, culturale şi naturale.**

Subindicele cadrului general înglobează aspecte politice şi în general elemente controlate de autorităţile centrale. În componenţa lui intră cinci piloni: legislaţia, dezvoltarea durabilă, siguranţa şi securitatea, sănătatea şi igiena, prioritizarea turismului şi călătoriilor. La rândul lor, fiecare din piloni este compus din mai multe variabile.

Legislaţia pune în evidenţă influenţa Guvernului asupra atractivităţii în dezvoltarea sectorului, fie ea în favoarea sau defavoarea dezvoltării acestuia.

Dezvoltarea durabilă a mediului măsoară stringenţa legislaţiei de mediu din fiecare ţară. Cuprinde variabile precum cota emisiilor de dioxid de carbon, procentajul speciilor pe cale de dispariţie.

Siguranţa şi securitatea iau în considerare gradul de criminalitate şi violenţă, cât şi terorism, nivelul accidentelor rutiere. Pilonul „sănătate şi igienă" este esenţial pentru competitivitatea turismului şi călătoriilor. Variabilele componente ale acestui pilon sunt: accesul la apă potabilă, numărul de doctori pe cap de locuitor, numărul de paturi în hotel.

Guvernul poate canaliza fondurile necesare dezvoltării proiectelor esenţiale clarificând faptul că sectorul turismului şi al călătoriilor este o preocupare primară şi reflectând acest lucru în priorităţile bugetare.

În anul 2008, Forumul Economic Internaţional a publicat o serie de rezultate privind ICTC pe un eşantion de 130 de ţări, printre care şi România. La nivelul ţării noastre acest indice a înregistrat valoarea de 3.88 puncte, plasând România pe poziţia 69 în clasamentul realizat. În privinţa „cadrului general", România s-a poziţionat pe locul 72 din cele 130 de ţări analizate, clasându-se în urma ţărilor vecine precum Bulgaria, Ungaria şi Polonia (vezi tabelul 3).

„Mediul de afaceri şi infrastructura în turism", cea de a doua dimensiune urmărită de indicele competitivităţii turismului şi călătoriilor a acumulat un punctaj de 3.55 puncte, poziţionând România pe locul 66. Toate celelalte trei ţări vecine (Bulgaria, Ungaria şi Polonia) au înregistrat punctaje mai bune (vezi tabelul 4).

În ciuda bogatelor resurse naturale şi culturale pe care România le deţine, la capitolul subindicele „resurse umane, culturale şi naturale", ţara noastră s-a clasat pe poziţia 73, în urma tuturor concurentelor sale. Chiar şi în privinţa resurselor culturale, România a obţinut doar locul 44, în timp ce Bulgaria a fost pe locul 29, Ungaria pe 23, iar Polonia pe 24 (vezi tabelul 5).

Indicele competitivităţii turismului şi al călătoriilor este un instrument utilizat pentru a identifica atât punctele tari ale unei ţări, cât şi barierele care impiedică dezvoltarea sectorului. De asemenea, ICTC poate fi utilizat drept o platformă de dialog între comunitatea de afaceri şi Guvern, cu scopul îmbunătăţirii competitivităţii sectorului turismului şi al călătoriilor, şi în cele din urmă pentru creşterea perspectivelor şi prosperităţii cetăţenilor.

## Concluzii

În contextul fenomenului de globalizare, România trebuie să realizeze multe schimbări pentru a deveni competitivă în domeniul turismului. Cu toate că potenţialul turistic al României a fost şi este apreciat ca fiind promiţător atât de către cercetătorii români, cât şi de cei străini, turismul românesc este încă în faza de dezvoltare şi reabilitare. În drumul său către performanţă, turismul românesc trebuie să adopte o mentalitate globală şi să ţină cont de concurenţa internaţională existentă.

Printre aspectele cele mai importante avute în vedere în dezvoltarea sectorului turismului şi călătoriilor în România, trebuie punctate următoarele: consolidarea comunicării şi colaborării dintre mediul de afaceri românesc şi autorităţile publice, creşterea eforturilor de promovare a imaginii turistice a României, acordarea unei importanţe mai mari turismului rural, ecoturismului şi turismului cultural.

Dezvoltarea durabilă a sectorului turismului şi călătoriilor depinde în mod direct de dezvoltarea durabilă a altor domenii conexe. Aşadar, îmbunătăţirea generală a infrastructurii, creşterea nivelului de trai, îmbunătăţirea condiţiilor de igienă şi sănătate, dar şi ai celorlalţi piloni componenţi ai indicelui de competitivitate a turismului şi al călătoriilor reprezintă direcţia în care trebuie să se îndrepte România.

## Bibliografie


| | | |
|---|---|---|
| 1 | Crăciunescu P., Şerbu M. | *Globalizare şi identitate naţională*, Bucureşti, Editura Ministerului Administraţiei şi Internelor, 2006 |
| 2 | Comisia Comunităţilor Europene | *Agenda pentru un turism european durabil şi competitiv,* Bruxelles, 2007 |
| 3 | World Bank | *World Development Indicators Online Database*, December 2007 |
| 4 | *** | World Economic Outlook Database |
| 5 | *** | World Travel & Tourism Council, TSA Research 2007 |
| 6 | *** | *World Economic Forum,* The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008 |